

Миценко Н. Г.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Шевчук О. В.,

магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

## ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

***Анотація.** У статті розглянуто тенденції та існуючі проблеми організації роздрібно-торговельної мережі споживчої кооперації. Визначено роль кооперативної торгівлі в розвитку сільського ринку, в функціонуванні системи споживчої кооперації країни. Обґрунтовано функції кооперативних підприємств оптової та роздрібно-торгівлі. Виявлено основні тенденції змін у кількості та складі роздрібно-торговельної мережі споживчої кооперації та причини, що їх обумовили. Рекомендовано враховувати переваги великих підприємств шляхом створення коопмаркетів та організації їх товаропостачання через регіональні логістичні центри, розглянуто джерела виникнення їх конкурентних переваг. Запропоновано розглядати єдину торговельну мережу системи як перспективну та ефективну модель організації торговельної діяльності на засадах використання передових технологій управління матеріальними, трудовими, фінансовими та інтелектуальними потоками, автоматизації бізнес-процесів. Визначено передумови та пріоритети розвитку торговельної мережі. Подальших досліджень потребує формування стандартів діяльності та операційних інструкцій для персоналу регіонального логістичного центру.*

**Ключові слова:** функції торговельних підприємств, тенденції розвитку торговельної мережі, єдина торговельна мережа, коопмаркет, логістичний центр, передумови розвитку, пріоритети розвитку торговельної мережі.

Mitsenko N. G.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Shevchuk O. V.,

Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

## TRENDS AND URGENT ISSUES OF CONSUMER COOPERATIVE RETAIL NETWORK ACTIVITY ORGANIZATION

***Abstract.** The article examines trends and problems of existing consumer cooperatives retail network. The role of cooperative trade in agricultural market development, in the functioning of the countryside consumer cooperatives system is determined. The functions of cooperative wholesale and retail trade enterprises are grounded. The basic trends in the number and composition changes of consumer cooperatives retail network are revealed as well as the reasons that caused them. It is recommended to consider the advantages of large enterprises through the creation of their coop-markets and organization of goods supply through regional logistic centers, considered the sources of their competitive advantages. Proposed to consider trade network system as promising and effective model of trade activity organization based on the use of innovative technologies of material, labour, financial, intellectual streams and business processes automation. Preconditions and priorities of the trade network development are determined. Further research is needed for establishing standards and operational guidelines for the staff of the regional logistic center.*

**Keywords:** trade enterprise functions, trade network development trends, single trade network, coop-market, logistic center, development preconditions, trade network development priorities.

**Постановка проблеми.** Розвиток торговельної діяльності кооперативних підприємств у сільській місцевості на сучасному етапі визначається характером і масштабами потреб населення у товарах та

послугах; напряму залежить від рівня платоспроможного попиту сільського населення та структури витрачання його доходів; безпосередньо пов'язаний зі станом здоров'я, працездатністю, рівнем життя

сільських мешканців; обумовлюється певними особливостями організаційно-економічного та соціального характеру; сприяє боротьбі з бідністю та виступає каталізатором наближення рівня життя населення у селі та місті; дозволяє підвищити культуру споживання. Крім того, саме в підприємствах торгівлі зосереджено переважну частину матеріальних, трудових і фінансових ресурсів системи. За 2010-2015 рр. торговельні підприємства споживчої кооперації в середньому за рік приносили 45,2 млн. грн. чистого прибутку або понад 35% всіх прибутків, отримуваних системою (табл. 1).

діяльності кооперативних підприємств, її проблем, детермінант розвитку та окреслення шляхів підвищення конкурентоспроможності.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми розвитку кооперативної торгівлі з різних аспектів цікавлять багатьох науковців та практиків: у працях В. Апопія [1], В. Єлагіна та В. Матусевич відображається взаємодія підприємств споживчої кооперації та АПК; у роботах А. Драбовського [2], Г. Башнянина [2], А. Степанова, С. Бабенка – трансформація кооперативних систем; М. Ванівський [3]

Таблиця 1

Фінансові результати торговельної діяльності споживчої кооперації України в 2010-2015 рр. [8; 9]

(тис. грн.)

Показники	Роки						В середньому за рік
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Чистий прибуток від торгівлі	32281	42597	45957	46016	50268	54273	45232
Чистий прибуток системи споживчої кооперації	85019	105623	125034	164363	120946	158905	126648
Частка чистого прибутку від торговельної діяльності в чистому прибутку системи, %	38,0	40,3	36,8	28,0	41,6	34,2	35,7

Нині підприємства споживчої кооперації функціонують на ринку товарів та послуг у непростих зовнішніх і внутрішніх умовах, що, як зазначає Концепція економічної безпеки споживчої кооперації України, несуть потенційні загрози їх інтересам: нестабільна політична, соціально-економічна обстановка і загострення криміногенної ситуації; недотримання положень законодавчих актів, правовий нігілізм, відсутність низки законів [5]. Це актуалізує потребу у виявленні сучасних тенденцій торговельної

розглядає проблеми інфраструктурного забезпечення розвитку системи; Н. Карпенко [4] та Є. Конєва – маркетингове дослідження конкурентних переваг кооперативних підприємств; Л. Шимановська-Діанич [11], І. Маркіна та А. Лебедев – механізм управління суб'єктами споживчої кооперації, тощо. Зважаючи на значний науковий доробок вчених, їх дослідження не стосувалися проблеми адаптації суб'єктів торговельної мережі системи до умов фінансово-економічної кризи на основі ідентифікації детермінант їх ефективного функціонування.

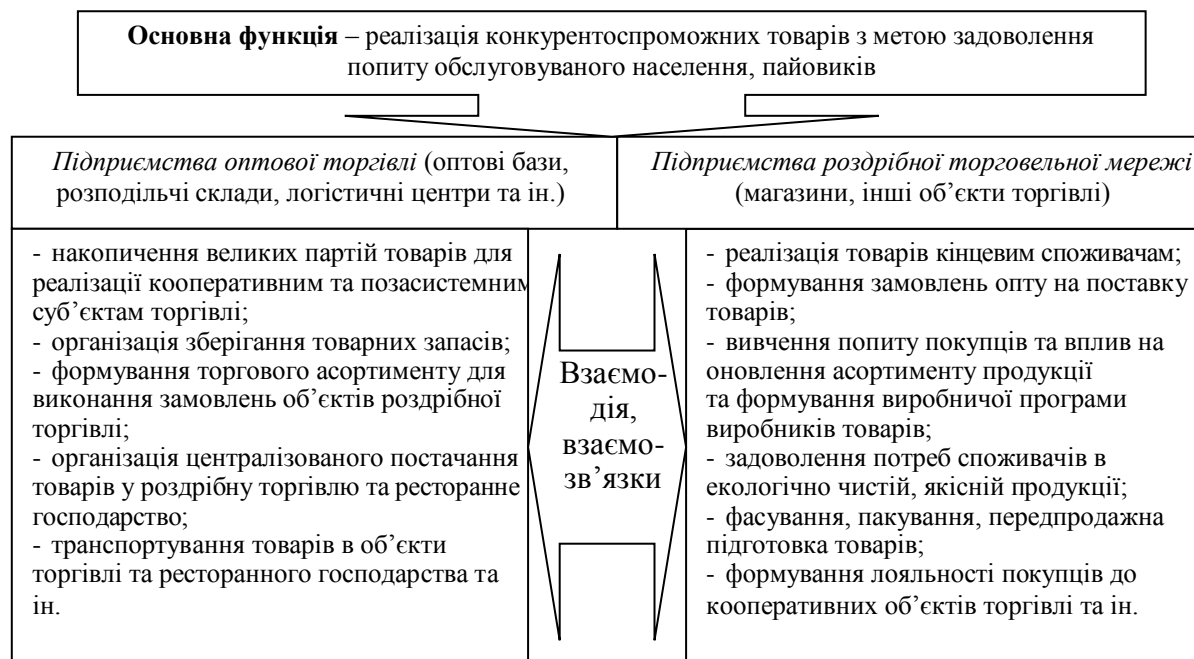


Рис. 1. Місце підприємств кооперативної торгівлі в процесі руху товарних потоків від виробників до споживачів

**Постановка завдання.** Мета статті – виявлення сучасних тенденцій та проблем розвитку торговельної мережі споживчої кооперації, обґрунтування шляхів покращення її організації на засадах логістичного підходу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вивчення та узагальнення економічної літератури дозволяє констатувати, що підприємства кооперативної торгівлі виконують на ринку надзвичайно важливі функції (рис. 1).

Роздрібна торговельна мережа є і повинна залишатися основним джерелом задоволення потреб населення в предметах споживання відповідного асортименту та якості за прийнятними для різних покупців цінами. Потреба розвитку роздрібною торгівлі як цивілізованої форми продажу товарів не викликає сумніву, тому необхідно подолати негативну тенденцію розширення безальтернативної щодо культури обслуговування дрібнороздрібною мережі, виїзної торгівлі, в тому числі стихійної.

Роздрібний товарооборот мережі споживчої кооперації в сільській місцевості склав у 2015 році 2104,7 млн. грн., що забезпечило 5,1% роздрібною товарообороту підприємств торгівлі України у сільській місцевості. Тенденція скорочення частки кооперативних підприємств на сільському ринку стала наслідком відставання темпів розвитку роздрібною товарообороту кооперативних підприємств від середніх темпів розвитку товарообороту загалом на сільських територіях країни. Вивчення динамічного ряду товарообороту виявило також розбіжності в ланцюгових темпах його зміни в діючих та порівнянних цінах (рис. 2).

Підприємства споживчої кооперації втратили практично монопольне становище у сфері торговельного обслуговування сільського населення і для збереження їх конкурентоспроможності на ринку

потрібні дієві заходи з активізації, насамперед, діяльності об'єктів кооперативної торгівлі.

В 2015 р. у споживчій кооперації України функціонувало 6337 магазинів торговою площею 503,3 тис. кв. м. Переважна частина об'єктів роздрібною торгівлі (82,8%) знаходиться в сільській місцевості, тобто виконує важливу соціальну функцію обслуговування мешканців сільських територій, у т. ч. пайовиків споживчої кооперації.

Основними причинами скорочення кооперативної торговельної мережі вважаємо: зниження купівельної спроможності населення, особливо сільського, зменшення попиту на товари та послуги; здача позицій у конкурентній боротьбі як крупним торговельним мережам, так і неорганізованим посередникам на традиційних для споживчої кооперації ринках внаслідок неналежної гнучкості цінової та асортиментної політики, неоптимальності організаційних структур управління; безгосподарність та відсутність стратегічного підходу в управлінні кооперативною власністю: необґрунтоване закриття, тимчасова консервація, здача в оренду позасистемним користувачам та продаж об'єктів торгівлі, їх перепрофілювання; нестача та нераціональне використання власних оборотних коштів споживчої кооперації для забезпечення фінансової стійкості підприємств та ін. Водночас торговельні підприємства споживчої кооперації не змогли реалізувати властиві їм конкурентні переваги: існування власної розвинутої матеріально-технічної бази, можливості економії витрат через використання кооперативного опту, багатогалузевий характер діяльності як джерело отримання власних товарних ресурсів, наявність пайовиків як гарантованих покупців та ін.

Наголосимо, що згортання мережі роздрібною торгівлі за досліджуваний період відбувалося нерівномірно за споживспілками країни. Внаслідок цього значна частина дрібних, депресивних, віддалених, важкодоступних населених пунктів виявилася

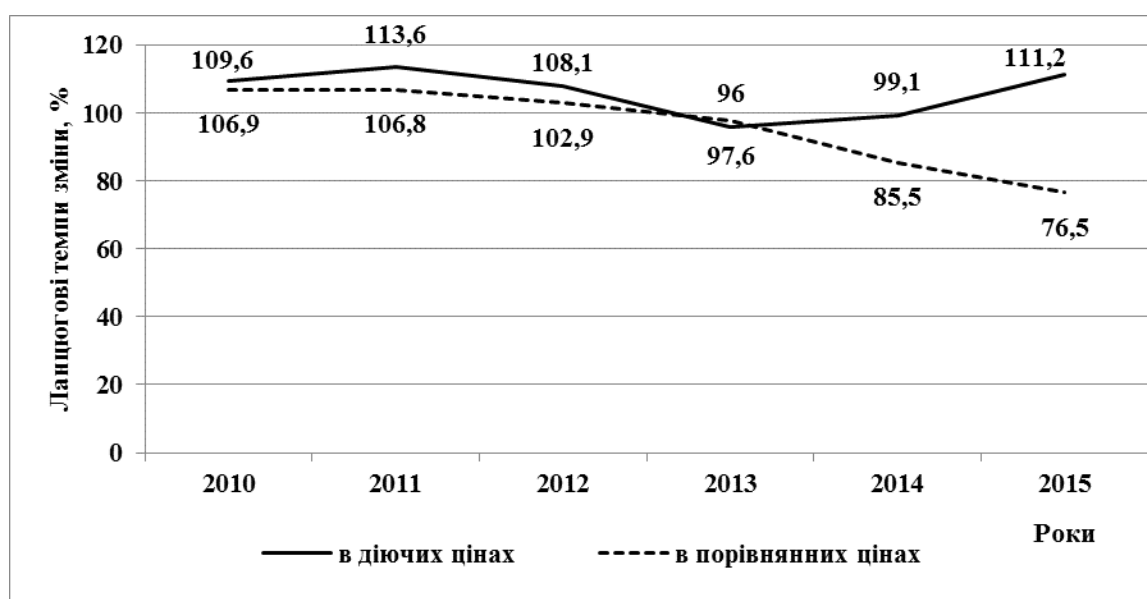


Рис. 2. Ланцюгові темпи зміни роздрібною товарообороту підприємств споживчої кооперації в 2010-2015 роках [8; 9]

позбавлено будь-яких форм торговельного обслуговування. Як зазначає В. Мулярчук, роздрібна мережа споживчої кооперації виявилася деформованою, неоптимальною і нераціонально дислокованою [7, с. 117].

Особливості формування доходів та витрат сільського населення в умовах фінансово-економічної кризи і, як наслідок, обсягу і структури споживання ним товарів та послуг обумовили переорієнтацію кооперативної торговельної мережі на реалізацію продтоварів, хоча і спостерігається тенденція деякого зростання частки магазинів з торгівлі непродтоварами в її складі. Якщо в 2010 р. 895 магазинів (8,9% загальної кількості) здійснювали продаж непродтоварів, то в 2015 р. їх чисельність склала 533 од. (8,4%). При цьому середній розмір магазину з торгівлі продтоварами в 2015 р. досяг рівня у 74,8 кв. м, а з торгівлі непродтоварами – 130,1 кв. м.

Розуміючи переваги великих підприємств у конкурентній боротьбі на ринку товарів та послуг (де останніми роками відбувається активна експансія крупноформатних торговельних мереж, у т. ч. іноземних), в організації закупівель товарних ресурсів, в управлінні витратами та цінами, керівництво Укоопспілки прийняло Концепцію маркету споживчої кооперації України [6]. Кооперативні маркети – це мережа відновлених (вдосконалених) кооперативних магазинів самообслуговування, які організовані та функціонують відповідно до єдиних принципів із загальним базовим асортиментом та орієнтовані на рентабельну роботу за рахунок забезпечення споживачів якісними товарами повсякденного попиту в необхідному асортименті, за доступними цінами та відповідно до їх потреб. Кооперативні заклади торгівлі згідно з Концепцією повинні позиціонуватися як єдина ефективна мережа з уніфікованою торговельною технологією під єдиним торговим брендом (з єдиним фірмовим стилем, логотипом, кольором, оформленням вітрин і одягом працівників).

Конкурентоспроможність коопмаркетів підтримується за рахунок: зручності розміщення, оптимального режиму роботи, високої культури обслуговування; широкого вибору товарів гарантованої якості; проведення обґрунтованої асортиментної політики; гнучкого ціноутворення, доступних цін на товари першої необхідності; застосування програм лояльності до членів споживчих товариств та постійних покупців та ін.

Враховуючи специфіку розвитку сучасного попиту потенційних покупців, коопмаркети забезпечують таке співвідношення між товарними групами: швидкокопсувні товари повсякденного вжитку – 30-32%, гастрономія, бакалія (у т.ч. кондитерські вироби) – 50%, непродтовари – 15-20%.

Напрямок на створення ефективних коопмаркетів відповідає загальній стратегії розвитку торгівлі споживчої кооперації в контексті створення єдиної торговельної мережі та суттєвого підвищення за рахунок цього соціально-економічної ефективності територіально розосереджених торговельних підприємств, рівня задоволення попиту населення, покра-

щення якості його обслуговування внаслідок централізації товаропостачання та підтримки товарного асортименту в межах єдиної логістичної системи.

Єдину торговельну мережу в сучасних умовах господарювання слід розглядати як перспективну та ефективну модель організації торговельної діяльності підприємств споживчої кооперації на засадах використання передових технологій управління матеріальними, трудовими, фінансовими та інтелектуальними потоками, автоматизації всіх бізнес-процесів. Особливістю функціонування єдиної торговельної мережі є те, що вона досягає більшого економічного результату порівняно з незалежними торговельними підприємствами шляхом зниження питомих витрат на кожен бізнес-одиницю, економії на масштабах діяльності; можливості вдосконалення торгово-технологічних процесів, у т.ч. організації централізованого товаропостачання зі сфери оптової торгівлі; оптимізації структури управління та концентрації певних управлінських функцій; зниження рівня закупівельних цін та зростання обсягів товарообороту; отримання синергетичного ефекту від торговельної діяльності.

Зростання обсягів товарних потоків потребує посилення існуючої та формування адекватної за потужностями, використовуваними технологіями та господарськими зв'язками оптової ланки. Для вирішення цієї проблеми в споживчій кооперації України за участю експертів із Угорщини впроваджено проект “СООР-Україна”, що передбачає централізацію оптових закупівель і створення єдиної оптово-роздрібної мережі під одним брендом. У Рівненській роздрібно-спілці (м. Рівному) введено в дію перший логістичний центр, який обслуговує 700 магазинів регіону, 461 магазин Волинської споживспілки, торговельну мережу Львівської й Житомирської споживспілок, що дозволяє охопити централізованим постачанням 1 раз на тиждень 2400-2500 роздрібних торговельних підприємств. Аналогічний регіональний логістичний центр створено в м. Тернополі, очікується відкриття логістичного центру у Вінницькій області.

В логістичному центрі впроваджена ІТ-технологія з використанням планшетної програми “Агент+”, яка дозволяє формувати замовлення на поставку товарів безпосередньо з врахуванням попиту покупців в об'єкті торгівлі й оперативно передавати його до центральної бази даних. Після цього в логістичному центрі формуються товарні потоки по регіонах, визначаються маршрути доставки замовлених товарів та доводиться інформація про терміни їх поставки у кожен магазин. Використання планшетної програми дозволяє пропонувати товари відповідно до типу магазину, прискорити виконання замовлень магазинів, знизити запаси товарів у роздрібній торгівлі, контролювати операційну заборгованість підприємств.

Ефективно використовує ІТ-технологію інформаційно-технологічне ПСК “Укооппромторг у м. Бровари”. Для організації централізованого постачання товарами кооперативної роздрібної мережі розроблено типізацію магазинів за показниками товарообороту, торгової площі та чисельності обслуговуваного населення. Виокремлено 3 типи магазинів: А – магазини з великим товарооборотом (680 об'єктів),

В – магазини з середнім товарооборотом (1200 об'єктів), С – магазини з найменшим товарооборотом (до 2000 об'єктів). Для кожного типу обслуговуваних оптовим підприємством магазинів визначено базовий асортимент, що дозволило одночасно оптимізувати маршрути та терміни їх товаропостачання, скоротити транспортні витрати та забезпечити стабільність базового асортименту товарів у кооперативній роздрібній мережі.

Об'єктивними соціально-економічними передумовами розвитку мережі роздрібної торгівлі споживчої кооперації у сільській місцевості є: якісні зміни в рівні життя сільського населення, обумовлені формуванням підприємницького середовища на селі, розвитком фермерства та особистих селянських господарств, індустріалізацією сільськогосподарської праці; денатуралізація доходів сільського населення; підвищення частки сільського населення в загальній чисельності населення, обслуговуваного споживчою кооперацією; зростання у складі сільського населення частки зайнятих у промисловості, будівництві, на транспорті, у зв'язку, в невиробничій сфері; укрупнення сільських населених пунктів; наявність пропозиції товарів та послуг на ринку як з боку підприємств споживчої кооперації, так і з боку об'єктів приватної власності та ін.

Згідно зі Стратегією розвитку споживчої кооперації України в основу структурної та територіальної організації роздрібної торговельної мережі, її асортиментної стратегії має бути покладена максимальна адаптація до стереотипів і моделей поведінки споживачів, їх запитів та соціальна спрямованість щодо членів споживчих товариств і спілок [10, с. 22]. У зв'язку з цим пріоритетним є:

- відновлення ролі підприємств оптової торгівлі в постачанні кооперативних магазинів та організація їх діяльності за інноваційними технологіями;

- створення Служби торгівлі і логістики, котра б займалася всім комплексом операцій із організації оптових закупівель товарів для системи споживчої кооперації від вітчизняних та закордонних товаровиробників, доставкою товарів на склади логістичних терміналів або безпосередньо до коопмаркетів, організацією комплексу логістичної діяльності у сфері управління рухом товарних потоків у межах споживчої кооперації;

- створення єдиної роздрібної торговельної мережі споживчої кооперації у сільській місцевості, забезпечення її конкурентоспроможності на основі створення сучасних коопмаркетів, застосування технологій агресивного маркетингу для відновлення втрачених позицій;

- зміцнення матеріально-технічної бази об'єктів роздрібної торгівлі, приведення їх до конкурентоспроможного стану;

- перегляд чинної асортиментної політики кооперативної роздрібної торгівлі, створення (і практичне втілення) іміджу споживчої кооперації як системи, що здійснює торгівлю екологічно чистими продуктами;

- формування асортиментних моделей для найбільш типових об'єктів роздрібної торговельної мережі;

- впровадження ефективних торговельних технологій, зокрема – самообслуговування, продажу товарів за зразками, електронної торгівлі у поєднанні з впровадженням систем безготівкових розрахунків, активізація роздрібного продажу товарів на основі рекламно-інформаційної роботи, застосування ефективних методів роздрібного продажу товарів;

- формування систем лояльності для пайовиків та постійних покупців.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Активна демографічна політика держави, розвиток вітчизняної економіки та скорочення трудової міграції населення сприятимуть розширенню кооперативної торговельної мережі та підвищенню рівня забезпеченості нею. Розвиток підприємств кооперативної торгівлі, посилення їх конкурентних переваг на ринку безпосередньо пов'язані з економією витрат на провадження діяльності при забезпеченні високої якості, безпечності та прийнятних цін на товари. Слід забезпечити адаптацію структурної та територіальної організації роздрібної мережі до моделей поведінки різних категорій споживачів, оптимальне поєднання товарно-асортиментної спеціалізації й типізації торговельних підприємств.

Подальших досліджень потребує формування стандартів діяльності та операційних інструкцій для персоналу регіонального логістичного центру.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії : монографія / В. В. Апопій. – Львів : Вид-во ЛКА, 2007. – 368 с.
2. Башнянин Г. І. Кооперативні системи: проблеми трансформації за умов ринкової транзиції / Г. І. Башнянин, А. Г. Драбовський, В. В. Іжевський. – Львів : Вид-во ЛКА, 2009. – 414 с.
3. Ванівський М. М. Інфраструктурне забезпечення розвитку споживчої кооперації : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / М. М. Ванівський. – Львів, 2012. – 224 с.
4. Карпенко Н. В. Маркетинг на підприємствах споживчої кооперації : дис. ... доктора екон. наук : 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / Н. В. Карпенко. – К., 2010. – 466 с.
5. Концепція економічної безпеки споживчої кооперації України : Постанова VI зборів Ради Укоопспілки XIX скликання від 12 листопада 2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uazakon.com/documents/date\\_3c/pg\\_gnguso.htm](http://uazakon.com/documents/date_3c/pg_gnguso.htm).
6. Концепція маркету споживчої кооперації України : Постанова III зборів Ради Укоопспілки XX скликання від 10 листопада 2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://document.ua/konceptija-marketu-spozivchoyi-kooperaciyi-ukrayini-doc47523.html>.
7. Мулярчук В. М. Оптимізація розвитку торговельних підприємств у сільській місцевості /

В. М. Мулярчук // Вісник Полтавського університету споживчої кооперації України : зб. наук. праць. – 2008. – № 1. – С. 117-120.

8. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2014 рік. – К., 2015. – 52 с.

9. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2015 рік. – К., 2016. – 50 с.

10. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.). – К. : Укоопспілка, 2004. – 62 с.

11. Шимановська-Діанич Л. І. Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України : монографія / Л. І. Шимановська-Діанич, В. А. Влащенко. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. – 341 с.

#### REFERENCES

1. Аропій, В. В. (2007), *Vnutrishnya torhivlya ta APK Ukrainy: efektyvnist' vzayemodiyi*, LCA, Lviv.

2. Bashnyanyn, H. I., Drabovs'kyu, A. H. and Izhevs'kyu, V. V. (2009), *Kooperatyvni systemy: problemy transformatsiyi za umov rynkovoyi tranzyttsiyi*, LCA, Lviv.

3. Vanivs'kyj, M. M. (2012), *Infrastrukturne zabezpechennia rozvytku spozhyvchoi kooperatsii : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04 "Ekonomika ta upravlinnia pidpryemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diial'nosti)"*, L'viv, 224 s.

4. Karpenko, N. V. (2010), *Marketynh na pidpryemstvakh spozhyvchoi kooperatsii : dys. ... doktora ekon. nauk : 08.00.04 "Ekonomika ta upravlinnia pidpryemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diial'nosti)"*, K., 466 s.

5. Kontseptsiya ekonomichnoyi bezpeky spozhyvchoyi kooperatsiyi Ukrainy, available at: [http://uazakon.com/documents/date\\_3c/pg\\_gnguso.htm](http://uazakon.com/documents/date_3c/pg_gnguso.htm).

6. Kontseptsiya marketu spozhyvchoyi kooperatsiyi Ukrainy, available at: <http://document.ua/konceptija-marketu-spozhyvchoyi-kooperatsiyi-ukrayini-doc47523.html>.

7. Mulyarchuk, V. M. (2008), *Optymizatsiya rozvytku torhovel'nykh pidpryemstv u sil's'kiy mistsevesti*, *Visnyk Poltav's'koho universytetu spozhyvchoyi kooperatsiyi Ukrainy*, vol. 1, pp. 117-120.

8. *Pokaznyky hospodars'ko-finansovoyi diyal'nosti pidpryemstv i orhanizatsiy spilok spozhyvchykh tovarystv oblastey za 2014 rik* (2015), Kyiv.

9. *Pokaznyky hospodars'ko-finansovoyi diyal'nosti pidpryemstv i orhanizatsiy spilok spozhyvchykh tovarystv oblastey za 2015 rik* (2016), Kyiv.

10. *Stratehiya rozvytku spozhyvchoyi kooperatsiyi Ukrainy (2004-2015 rr.)* (2004), Ukoopspilka, Kyiv.

11. Shymanovs'ka-Dianych, L. I. and Vlasenko, V. A. (2010), *Orhanizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm upravlinnya rozvytkom pidpryemstv ta orhanizatsiy spozhyvchoyi kooperatsiyi Ukrainy*, RVV PUET, Poltava.